

[Online Rollenspiele – Immer noch die Zugpferde der Spieleindustrie? - Das CeBIT-Blog - Das CeBIT-Blog](#)

- Themen
 - [IT im Unternehmen](#)
 - [Kommunikation und Netzwerke](#)
 - [Infrastruktur](#)
 - [Forschung und Entwicklung](#)
 - [Consumer Electronics & Digital Lifestyle](#)
 - [Webciety](#)
 - [Trends](#)
- Über das Blog
 - [Die Autoren](#)
 - [Kontakt](#)
 - [Impressum](#)
- Netzwerk
 - [RSS Abonnieren](#)
 - [CeBIT Webseite](#)
 - [Facebook](#)
 - [Twitter](#)

[Home](#) » [Consumer Electronics & Digital Lifestyle](#) » Online Rollenspiele – Immer noch die Zugpferde der Spieleindustrie?

Online Rollenspiele – Immer noch die Zugpferde der Spieleindustrie?

[Consumer Electronics & Digital Lifestyle](#) — [R. Vogelsang](#) — 23. Mai 2012
[0 Kommentare](#)

Der Erfolg von Blizzards [World of Warcraft](#) (WoW) hatte alle aufhorchen lassen. Im November 2004 trat das Massive Multiplayer Online Role-Playing Game seinen Siegeszug an. Millionen von Spielern zahlten nicht nur für das Spiel im Laden, sondern waren bereit, ein Abonnement mit monatlicher Gebühr einzugehen. World of Warcraft war zwar nicht das erste Online-Rollenspiel (Ultima, Everquest, Lineage etc. waren deutlich früher dran), aber wohl das erfolgreichste. Über 12 Millionen Spieler konnte WoW in seiner Hochzeit 2010 verbuchen. Und auch wenn es viele versucht haben, nachmachen konnte diesen Erfolg keiner. Doch mittlerweile muss selbst Blizzard um seine Spieler kämpfen. Trotz neuer Erweiterungen sinkt oder stagniert die Zahl der Spieler, zuletzt auf 10 Millionen. Der Markt verändert sich.




Sicherlich besitzt jedes Spiel einen Lebenszyklus und ein Rückgang ist nach fast acht Jahren nicht völlig unerwartet. Allerdings steht Blizzard mit seinem Abomodell mittlerweile fast alleine da. Populäre Titel wie [Herr der Ringe Online](#), [Age of Conan](#) und [Star Trek Online](#) starteten zwar mit einer monatlichen Gebühr, sind aber mittlerweile in weiten Teilen kostenlos spielbar. Free to Play nennt sich das. Umsatz wird bei einem solchen Modell durch diverse kostenpflichtige Verbesserungen (Ausrüstung, Fertigkeiten, Spielfiguren-Management etc.) gemacht.

Für Spieler eignet sich das zum Ausprobieren und ist bei Gefallen oft eine wesentlich günstigere Alternative. Klassische Bezahlmodelle verlieren dabei an Attraktivität. Zu spüren bekommt das Momentan EAs Hoffungschild [Star Wars: The Old Republic](#). Das Spiel hat vermutlich nur noch gut eine Millionen aktiver Nutzer (1,7 Mio Anfang des Jahres), obwohl es erst im Dezember letzten Jahres gestartet war. Löhnen dürfte sich das für EA nur, weil man auch zum ausführlichen Ausprobieren das Spiel zum Vollpreis (mittlerweile 30-40€) kaufen muss.

Ein letzter Mammut möchte nun anscheinend World of Warcraft beerben. Der erfolgreiche Publisher Bethesda arbeitet an einem Online-Rollenspiel namens The Elder Scrolls Online. Eine günstige Ausgangslage verspricht sich Bethesda vermutlich durch den fulminanten Erfolg von dem Einzelspieler-Rollenspiel The Elder Scroll 5: Skyrim. Das Spiel hatte gute Kritiken einfahren und alle Verkaufserwartungen übertroffen.

Auch wenn der Trend in allen Spiel-Genres klar zu Free to Play geht, ist unklar, ob das wirklich die nächste Evolutionsstufe darstellt. Activision scheint mit [Call of Duty Elite](#) gerade den Gegenbeweis anzutreten. 1,5 Millionen Multiplayer-Spieler des Ego-Shooters haben sich für einen kostenpflichtigen Premiumdienst angemeldet. Ein erstaunlicher Erfolg, den EA bei [Battlefield 3](#) zu kopieren versuchen wird.

Vielleicht sollte man das Problem bei Online-Rollenspielen eher in der veralteten Spielmechanik, mangelnder Einstiegsfreundlichkeit und schwacher Erzählkunst suchen.

 Empfehlen

 Tweet

 +1



Kommentare 0

Name

E-Mail

Kommentar senden

Verwandte Artikel 6

1. 08. Januar 2013 | [R. VogelsangConsumer Electronics & Digital Lifestyle](#)
[Valve und Xi3 kooperieren. Enttäuschende Steam Box im Anmarsch?](#)
2. 07. Januar 2013 | [R. VogelsangConsumer Electronics & Digital Lifestyle](#)
[Chip-Hersteller NVIDIA präsentiert Mini-Spielekonsole “SHIELD”](#)
3. 12. Juli 2012 | [R. VogelsangConsumer Electronics & Digital Lifestyle](#)
[Independent-Spielekonsole: Julie Uhrman, Gründerin und CEO von OUYA, im Interview](#)
4. 10. März 2012 | [Fritz EffenbergerConsumer Electronics & Digital Lifestyle Trends](#)
[Intel Extreme Masters World Championship – die League of Legends-WM](#)
5. 25. Februar 2010 | [Björn SchulzeUncategorized](#)
[Mein Freund, der Baum](#)
6. Mehr verwandte Artikel anzeigen

English Posts

Read our [posts in english language](#)

 [Subscribe](#)

Facebook

BLUE COAT

Your system policy has denied access to the requested URL.

Your request was categorized by Blue Coat Web Filter as 'Social Networking'.

If you wish to question or dispute this result, please click [here](#).

[Go back](#)

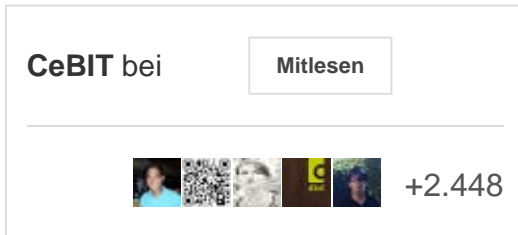
Twitter





Join the conversation

Google Plus



Schlagwörter

[3D](#) [Amazon](#) [Android](#) [app](#) [apple](#) [App Store](#) [Asus](#) [BlackBerry](#) [Browser](#) [CeBIT](#) [Cloud](#) [Cloud](#)
[Computing](#) [Eee PC](#) [facebook](#) [Gesellschaft](#) [Google](#) [GPS](#) [HP](#) [HTC](#) [internet](#) [iPad](#) [iPhone](#)
[iPhone 3G](#) [Microsoft](#) [Mobility](#) [Musik](#) [Nokia](#) [People@CeBIT](#) [samsung](#) [Security](#) [shareconomy](#) [Smartphone](#)
[smartphones](#) [Social Media](#) [Software](#) [startup](#) [T-Mobile](#) [tablet](#) [Touchscreen](#) [Twitter](#) [ultraportabel](#) [Video](#)
[Vodafone](#) [Webciety](#) [Windows Mobile](#)

- [Themen](#)
 - [IT im Unternehmen](#)
 - [Kommunikation und Netzwerke](#)
 - [Infrastruktur](#)
 - [Forschung und Entwicklung](#)
 - [Consumer Electronics & Digital Lifestyle](#)
 - [Webciety](#)
 - [Trends](#)
- [Über das Blog](#)
 - [Die Autoren](#)
 - [Kontakt](#)
 - [Impressum](#)
 - [Datenschutz](#)
- [Netzwerk](#)
 - [RSS abonnieren](#)
 - [CeBIT Webseite](#)
 - [Facebook](#)
 - [Twitter](#)
- [Social Media](#)
 - [Die CeBIT bei Twitter](#)
 - [Die CeBIT bei Facebook](#)
 - [Die CeBIT bei Xing](#)
 - [Der CeBIT-YouTube-Channel](#)
 - [Die CeBIT bei Google Plus](#)

- [Deutsche Messe](#)
- © Deutsche Messe 2013

